Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Série Innovation

Nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses
En Chine

Novembre 2016

SOMMAIRE

- Avec une population de 1,35 milliard de personnes augmentant constamment, la Chine continue d'être dépendante des importations dans plusieurs secteurs de l'alimentation et des produits alimentaires. Le secteur des légumineuses, qui connaît une évolution rapide, ne fait pas exception. Toutefois, en raison de la classe moyenne grandissante, des coûts de production à la hausse et du développement des goûts, la demande en ce qui a trait aux légumineuses et à leurs dérivés évolue rapidement, au rythme de la demande changeante et de l'évolution rapide de la société.
- Le marché de la Chine pour les nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses a connu une évolution globalement positive en ce qui a trait au nombre de produits lancés au cours de la période visée de janvier 2005 à décembre 2015.
- Des légumineuses sont ajoutées à toutes les catégories de produits alimentaires de Mintel, mais les quatre principales (les collations, les produits de boulangerie, les repas et plats principaux ainsi que les céréales pour petit-déjeuner) constituent ensemble 60 % du nombre total de produits lancés, ce qui illustre peut-être l'utilisation plus limitée des ingrédients à base de légumineuses en Chine par rapport à d'autres marchés, comme l'Amérique du Nord.
- Les ingrédients à base de légumineuses qui ont été mentionnés le plus souvent parmi les nouveaux produits lancés sont ceux déjà utilisés dans la cuisine chinoise : le haricot commun/rouge, le haricot noir, la farine de pois et le haricot blanc.
- Parmi tous les nouveaux lancements, 44 % étaient des produits complètement nouveaux lancés sur le marché, suivis par les nouvelles variétés et les nouveaux éléments de gamme (41 %), ce qui pourrait indiquer un intérêt croissant pour les produits liés aux légumineuses.

« Sans additifs ni agents de conservation » était la principale allégation accompagnant les nouveaux produits lancés, observée 425 fois pendant la période étudiée. Ce constat indique que les consommateurs chinois sont de plus en plus soucieux de leur santé, ce qui fait augmenter la tendance quant à l'utilisation de produits plus naturels et moins transformés.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1

Analyse des nouveaux produits lancés 2

- Catégories de produits 2
- Types de lancements 5
- Allégation santé des produits 5
- Entreprises et marques 7

Exemples de nouveaux produits 9

Commerce entre la Chine et le Canada 10

Pour plus de renseignements 11

Ressources 11

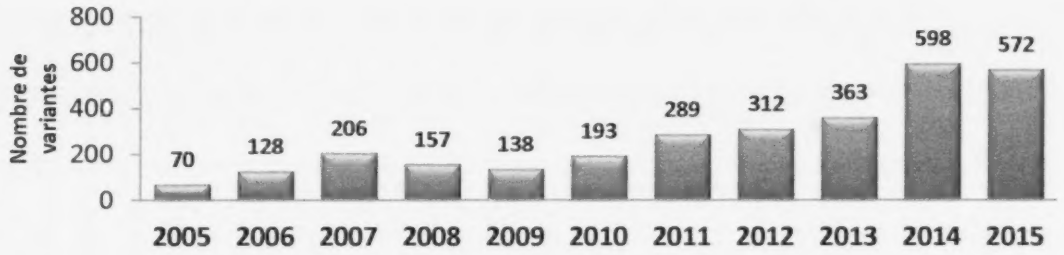
RAPPORTS CONNEXES

- Les pois secs en Chine
- Le commerce des légumineuses et des cultures spéciales au sein du Conseil de Coopération du Golfe
- Aperçu des possibilités dans le secteur des légumineuses de l'Inde

ANALYSE DES NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS

Du 1er janvier 2005 au 31 décembre 2015, un total de 3 026 produits alimentaires composés d'ingrédients à base de légumineuses ont été lancés en Chine. Le marché chinois offre d'excellentes possibilités pour les légumineuses et leurs dérivés et il semble que cette tendance soit en bonne voie de se maintenir après 2015 (*voir figure 1*).

Figure 1 : Nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses lancés en Chine de janvier 2005 à décembre 2015



Catégories de produits

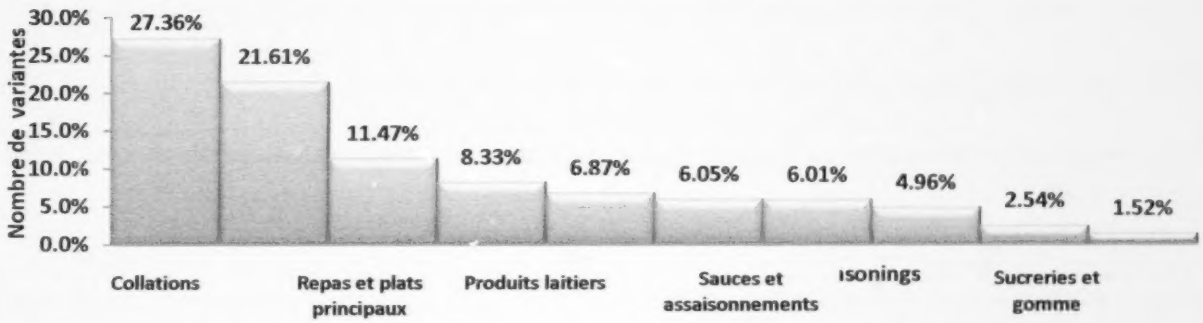
Les cinq principales catégories de produits composés d'ingrédients à base de légumineuses lancés au cours de la période visée étaient les collations (27,36 % des lancements), les produits de boulangerie (21,61 %), les repas et plats principaux (11,47 %), les céréales pour petit-déjeuner (8,33 %) et les produits laitiers (6,87 %) (*voir figure 2*).

La catégorie des collations a été la plus active en général, suivie par les produits de boulangerie. La catégorie des plats d'accompagnement a aussi enregistré des gains importants, partant toutefois d'un niveau très bas, passant de 3 à 15 produits entre 2014 et 2015 (*voir figure 3*).

La figure 4 montre les 10 principales sous-catégories de nouveaux produits alimentaires composés d'ingrédients à base de légumineuses. Les gâteaux, pâtisseries et produits sucrés (10,74 % des lancements) ainsi que les céréales chaudes (8,16 %) sont les principales sous-catégories constatées pendant la période étudiée (avec 2 autres sous-catégories à égalité au 3e rang, représentant chacune 7,87 % des lancements, suivies par les repas préparés au 5e rang avec 7,47 %).

Parmi les 10 principales sous-catégories, les repas préparés et les nouilles instantanées ont obtenu un nombre positif de lancements en 2015 par rapport à 2014 (+6 et +7 respectivement) (*voir figure 5*).

Figure 2 : 10 principaux nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses par catégorie (%) de janvier 2004 à décembre 2015

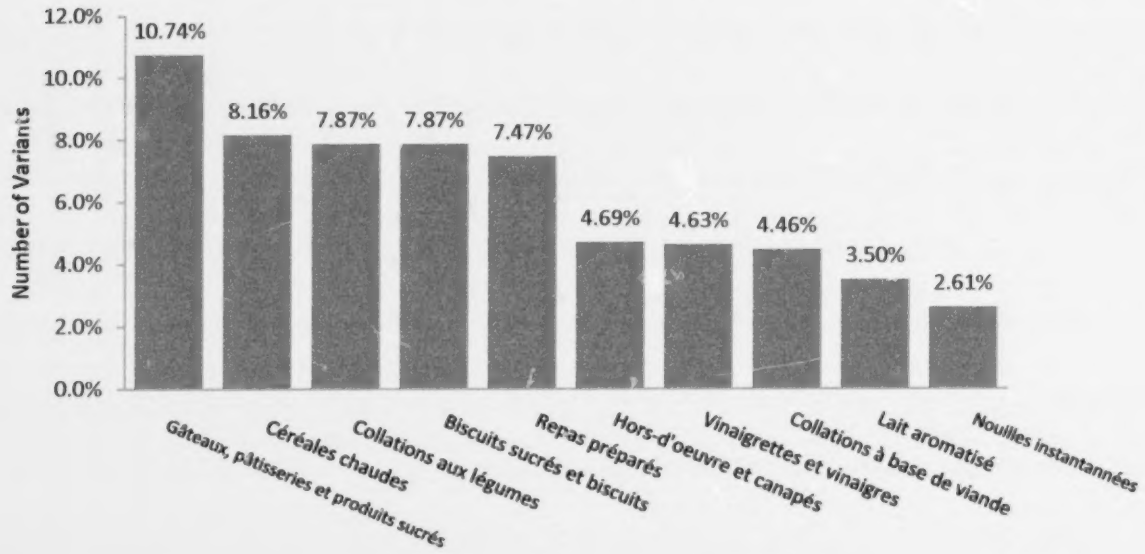


Source des deux diagrammes : *Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.*

Figure 3 : 10 principaux nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses par catégorie de janvier 2004 à décembre 2015

Catégorie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Collations	7	21	35	30	29	54	76	84	105	196	191	828
Produits de boulangerie	10	42	53	46	31	43	55	61	62	134	117	654
Repas et plats principaux	17	10	31	19	17	18	33	39	31	57	75	347
Céréales pour petit-déjeuner	18	28	19	5	4	8	24	27	43	45	31	252
Produits laitiers	1	4	13	9	20	22	20	27	31	34	27	208
Desserts et crème glacée	7	6	17	19	13	19	18	15	19	32	18	183
Sauces et assaisonnements	4	2	13	9	6	6	25	24	27	42	24	182
Aliments pour bébés	0	1	0	2	7	6	17	16	24	32	45	150
Sucreries et gomme	0	3	9	6	3	7	10	8	8	16	7	77
Plats d'accompagnement	2	4	5	3	3	2	5	2	2	3	15	46
Total	**70**	**128**	**206**	**157**	**138**	**193**	**289**	**312**	**363**	**598**	**572**	**3 026**

Figure 4 : 10 principaux nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses par sous-catégorie (%) de janvier 2004 à décembre 2015



Source des deux diagrammes : *Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.*

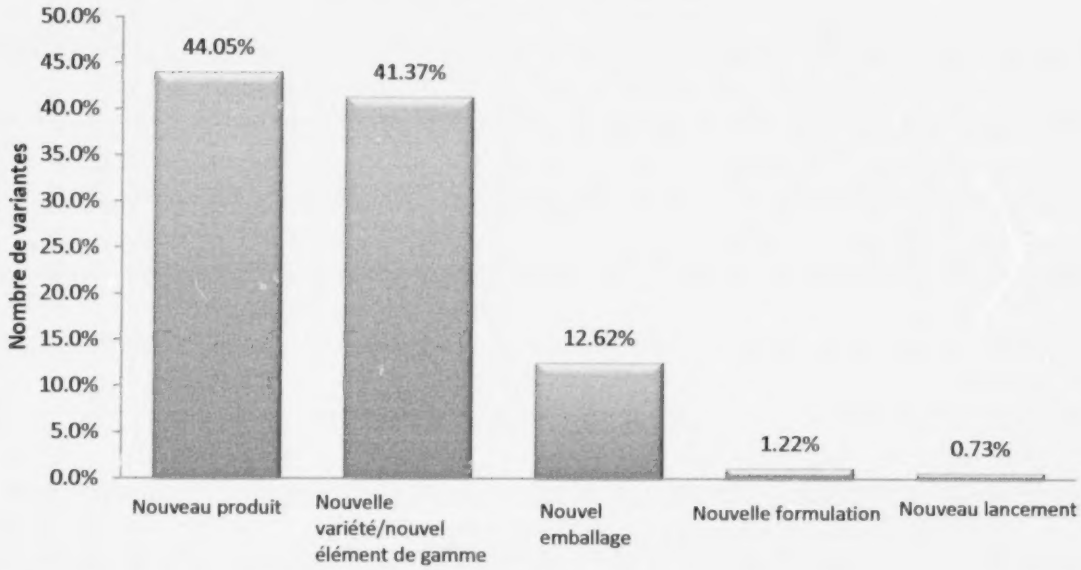
Figure 5 : 10 principaux nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses par sous-catégorie de janvier 2004 à décembre 2015

Sous-catégorie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés	4	23	26	23	13	16	26	36	32	70	56	**325**
Céréales chaudes	16	27	19	5	4	8	24	27	42	45	30	**247**
Biscuits sucrés et biscuits	5	10	19	14	11	17	21	16	22	55	48	**238**
Collations aux légumes	0	3	7	3	7	15	30	36	29	60	48	**238**
Repas préparés	16	9	18	12	12	16	21	27	25	32	38	**226**
Hors-d'œuvre et canapés	1	2	9	11	6	6	7	14	18	33	35	**142**
Vinaigrettes et vinaigres	2	1	4	7	3	4	24	21	19	33	22	**140**
Collations à base de viande	1	3	6	2	3	3	7	9	25	44	32	**135**
Lait aromatisé	0	2	4	6	9	17	9	15	13	18	13	**106**
Nouilles instantanées	1	1	7	3	4	2	8	9	3	17	24	**79**
Total	**70**	**128**	**206**	**157**	**138**	**193**	**289**	**312**	**363**	**598**	**572**	**3 026**

Type de lancements

La majeure partie des nouveaux lancements (44 %) étaient des produits complètement nouveaux lancés sur le marché, suivis par les nouvelles variétés et les nouveaux éléments de gamme (41,37 %) et les nouveaux emballages (12,62 %) (*voir figure 6*).

Figure 6 : Nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses par type de lancement (%) de janvier 2005 à décembre 2015



Source des deux diagrammes : *Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.*

Allégation santé des produits

Plus de 14 % des nouveaux produits lancés présentés portaient la mention sans additifs ni agents de conservation, ce qui était, de loin, l'allégation accompagnant le plus souvent les produits. Parmi les autres allégations associées à un pourcentage assez faible de produits lancés se trouvaient rapide à préparer (6,7 %), allant au micro-ondes (5,62 %), pour bébés et tout-petits (4,89 %) et teneur faible/nulle/réduite en sucre (4,73 %) (*voir figure 7*).

« Sans additifs ni agents de conservation » était la principale allégation dans la plupart des catégories, alors que « rapide à préparer » était la plus utilisée pour les produits dans les catégories repas et plats principaux ainsi que céréales pour petit-déjeuner. L'allégation « pour bébés et tout-petits (de 0 à 4 ans) » était la plus fréquente dans la catégorie des aliments pour bébés (*voir figure 8*).

Figure 7 : Nombre de produits lancés composés d'ingrédients à base de légumineuses pour les 30 principales allégations de janvier 2005 à décembre 2015

Allégation	Nombre de produits	% des produits
Sans additifs ni agents de conservation	425	14,04
Rapide à préparer	205	6,77
Allant au micro-ondes	170	5,62
Pour bébés et tout-petits (de 0 à 4 ans)	148	4,89
Teneur faible/nulle/réduite en sucre	143	4,73
Saisonnier	134	4,43
Facilité d'utilisation	133	4,40
Aliment halal	131	4,33
Autre (aliment fonctionnel)	107	3,54
Enrichi de vitamines ou de minéraux	105	3,47
Pour les enfants (de 5 à 12 ans)	98	3,24
Riche en fibres ou fibres ajoutées	76	2,51
Enrichi de calcium	73	2,41
Sur le pouce	66	2,18
Médias sociaux	64	2,12
Végétarien	61	2,02
Emballage pratique	60	1,98
Économie	54	1,78
Cerveau et système nerveux (aliment fonctionnel)	51	1,69
Digestif (aliment fonctionnel)	50	1,65
Emballage éthique ou écologique	49	1,62
Santé des os	35	1,16
Teneur élevée en protéines	33	1,09
Teneur faible, nulle ou réduite en gras trans	32	1,06
Sans OGM	27	0,89
Produit éthique ou écologique	27	0,89
Biologique	26	0,86
Prébiotiques	25	0,83
Teneur faible, nulle ou réduite en cholestérol	20	0,66
Pour les aînés (55 ans et +)	19	0,63 %
Total	**3 026**	**100,00 %**

Source : *Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.*
Remarque : *Les marques de produits peuvent utiliser plus d'une allégation pour décrire le produit.*

Figure 8 : 5 principales allégations accompagnant les nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses par catégorie de janvier 2005 à décembre 2015

Catégorie	Sans additifs ni agents de conservation	Rapide à préparer	Allant au micro-ondes	Pour bébés et tout-petits (de 0 à 4 ans)	Teneur faible, nulle ou réduite en sucre	Total
Collations	101	13	78	0	7	828
Produits de boulangerie	22	2	15	0	39	654
Repas et plats principaux	44	68	56	0	19	347
Céréales pour petit-déjeuner	28	82	2	0	49	252
Produits laitiers	58	12	3	0	13	208
Desserts et crème glacée	28	6	6	0	4	183
Sauces et assaisonnements	35	1	0	0	0	182
Aliments pour bébés	72	13	1	147	6	150
Sucreries et gomme	3	0	0	0	4	77
Plats d'accompagnement	12	6	4	0	0	46
Total	425	205	170	148	143	3 026

Source : *Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.*

Principales entreprises et marques

Les produits de marque, qui représentaient 96,4 % des nouveaux lancements, dominaient largement le secteur des produits composés d'ingrédients à base de légumineuses, alors que seulement 3,6 % des nouveaux produits étaient lancés sous une marque maison. Toutefois, il n'y avait pas vraiment de marque dominante parmi les 20 principales (*voir figure 9*).

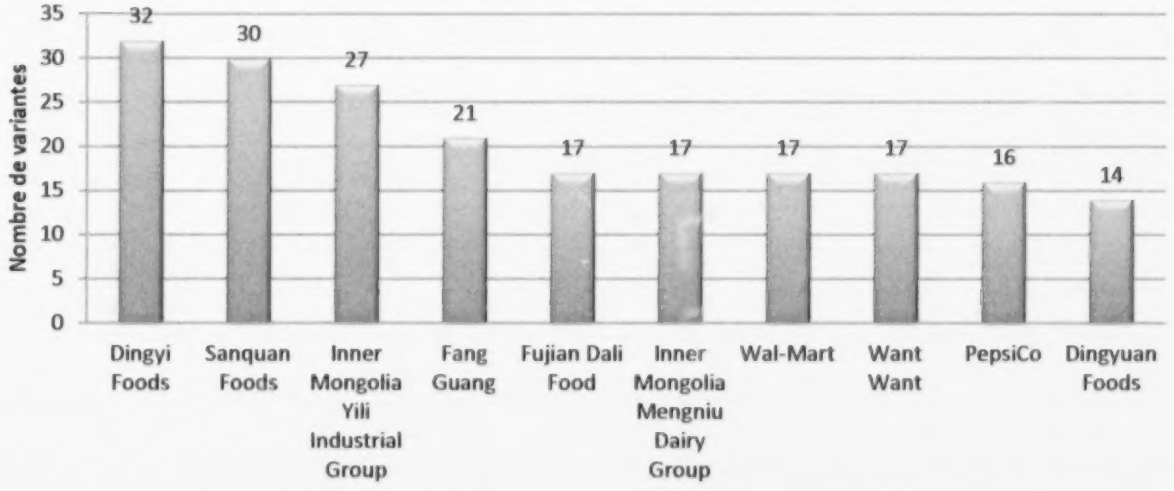
Aucune entreprise ne dominait en matière de fabrication ou de lancement de nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses, les 10 principales ne représentant ensemble que 10,4 % des lancements. Chacune n'occupant qu'une très petite part du marché, Sanquan Foods (1,0 %), Inner Mongolia Yili Industrial Group (0,8 %) et Xiamen Yinlu Foods (0,7 %) étaient les principales entreprises observées pendant la période visée (*voir figure 10*).

Figure 9 : Nombre de nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses pour les 20 principales marques de janvier 2005 à décembre 2015

Marque	Nombre de produits
Fuwa	19
Great Value	19
MasterKong	16
Daliyuan	14
Meiji	12
Ou[illegible]oy	12
Sanquan/San Quan	12
Beingmate	11
Donghu	11
Kou Shui Wa	11
Tesco	11
Hsu Fu Chi	10
Kam Yuen/Ganyuan	10
Yinlu	10
Youme	10
Heinz	9
Sau Tao	9
Shuita	9
Synear	9
Taizhiwei/Tai Zhi Wei	9
Total	3 026

Source : *Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 2016.*

Figure 10 : Nombre de nouveaux produits composés d'ingrédients à base de légumineuses pour les 10 principales entreprises de janvier 2005 à décembre 2015



EXEMPLES DE PRODUITS

Entreprise : Liaoning Green Fangshan Organic Food Co., Chine
Marque : Green Fangshan
Type de lancement : Nouvelle variété ou nouvel élément de gamme

Entreposage : Produit de longue conservation
Prix : 2,66 $ US
Format de l'emballage : 400 g/400 g
Date de publication : Décembre 2015

Description du produit
Les Green Fangshan You Ji Hei Dou (haricots noirs biologiques) sont des aliments biologiques certifiés par le COFCC. Ce produit est vendu au détail en format de 400 g.

Ingrédients sur l'emballage : Haricots noirs biologiques

Entreprise : Koushuiwa Foods, Chine
Marque : Kou Shui Wa
Type de lancement : Nouvel emballage
Entreposage : Produit de longue conservation
Prix : 0,91 $ US
Format de l'emballage : 88 g/88 g
Date de publication : Janvier 2016
Description du produit
Les Kou Shui Wa Xiang La Wei Qing Wan Dou (pois verts épicés) ont été réemballés. Ce produit est maintenant offert dans un tout nouvel emballage de 88 g contenant des sachets individuels.

Ingrédients sur l'emballage
Pois, huile végétale, arôme épicé (sucre blanc granulé, sel, épices [irradiées]), glutamate monosodique, sauce soya en poudre (sauce soya fermentée, maltodextrine, sel, glutamate monosodique), maltodextrine, oléorésine de capsicum, protéines végétales hydrolysées.

Entreprise : San Shu Gong Foods, Taiwan
Marque : Yuki & Love
Catégorie : Produits de boulangerie > gâteaux, pâtisseries et produits sucrés
Type de lancement : Nouveau produit
Entreposage : Produit de longue conservation
Prix : 1,56 $ US
Format de l'emballage : 120 g/120 g
Date de publication : Novembre 2015
Description du produit
Les Yuki & Love Hei Dou Pai [tartelettes aux haricots noirs] comprennent une garniture généreuse composée de haricots noirs sucrés et de lait doux.

Ingrédients sur l'emballage

Maltose, sucre blanc granulé, farine de blé, phosphate de diamidon hydroxypropylé, huile végétale (huile de palme, huile de canola, huile de coco), œufs, eau, lait entier en poudre, haricots noirs, aromates, bêta-carotène, bicarbonate de sodium, sel, sorbate de potassium, gomme de xanthane, mono et diglycérides d'acides gras.

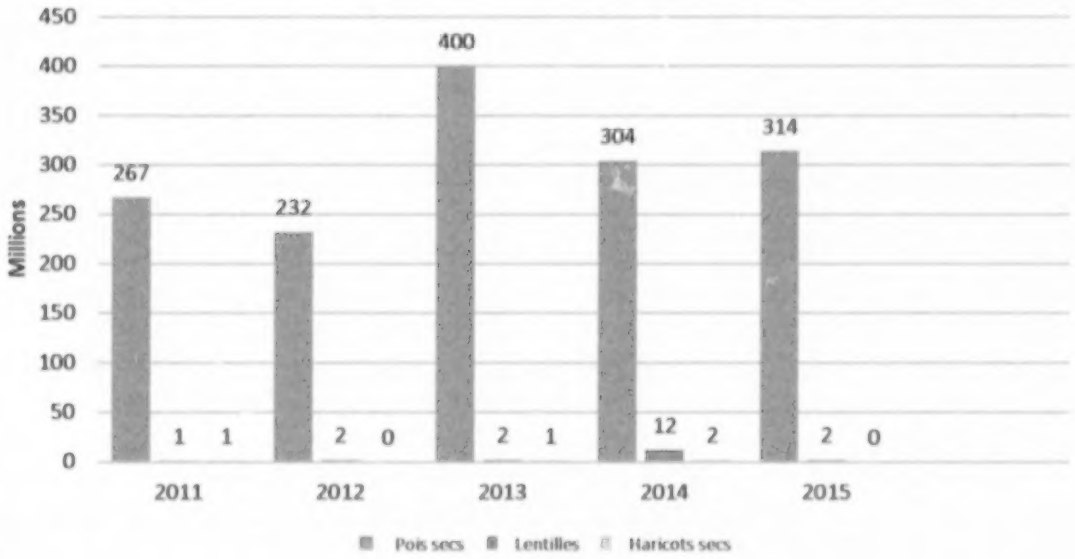
Entreprise : Aletai Arman Dairy, Chine
Marque : Arman
Catégorie : Boissons chaudes > Boissons maltées et autres boissons chaudes
Type de lancement : Nouveau produit
Entreposage : Produit de longue conservation
Prix : 1,41 $ US
Format de l'emballage : 360 g/360 g
Date de publication : Juillet 2014

Description du produit
La poudre de pois chiches Arman est composée de pois chiches rares et convient mieux aux personnes âgées. Selon le fabricant, les pois chiches contiennent des acides aminés, des acides linoléiques, des lipides, des minéraux et des vitamines. Cette poudre de pois chiches est certifiée halal et écologique.

COMMERCE ENTRE LA CHINE ET LE CANADA

Les exportations de légumineuses du Canada vers la Chine sont dominées par les produits à base de pois secs. En 2015, le Canada a exporté pour 316 millions de dollars de pois secs, de lentilles et de haricots secs.

Exportations de légumineuses du Canada vers la Chine



POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Survol du service des délégués commerciaux du Canada en Chine**
  www.tradecommissioner.gc.ca/cn

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delequescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché japonais et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- http://ats-sea.agr.gc.ca/

RESSOURCES

Mintel, 2016.

Série Innovation

NOUVEAUX PRODUITS COMPOSÉS D'INGRÉDIENTS À BASE DE LÉGUMINEUSES EN CHINE

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Karim Zarrouki, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire [2016].

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario)
Canada, K1A 0C5
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.